

2. Рудева, Т.В. Физическая подготовленность и работоспособность студентов-медиков / Т.В. Рудева [и др.] // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 4. – С. 208-209.

3. Типовая учебная программа для учреждений высшего образования «Физическая культура»: утвержденная М-вом образования Респ. Беларусь 27.06.2017, рег. №ТД – СГ.025/тип. : сост. : В.А. Коледа [и др.]. – Минск, 2017. – 33 с.

4. Физкультурно-оздоровительные технологии формирования фитнес-культуры студентов : учеб.пособие / под ред. Ю.А. Усачева. – Киев : Изд. «Логос», 2015. – 200 с.

5. Шкирьянов, Д.Э. Современные подходы к организации занятий ходьбой и бегом / Д.Э. Шкирьянов // Проблемы и перспективы развития физической культуры, спорта и туризма в Республике Беларусь : материалы Респ. науч.-практ. семинара, Новополоцк, 24 марта 2017 г. / Полоц. гос. ун-т ; отв. за вып.: Е. Н. Борун. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – 1 CD-ROM – С. 19-26.

Имидж преподавателя: сущность и роль в образовательном процессе

Сайганова В.С.

Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь

В настоящее время ведутся дискуссии по поводу возможности и целесообразности использования в педагогической практике высшей школы методов имиджмейкинга как прикладного направления имиджелогии (область знания о формировании имиджа). В частности, дискуссии разворачиваются в рамках рассмотрения современного образования как знание- и практико-ориентированного, поэтому при различных университетах и кафедрах педагогического профиля формируются специальные курсы и тренинги по имиджзнанию, которое трактуется как необходимая часть профессиональной компетенции преподавателя. В некоторых российских вузах (к примеру, Московский институт индустрии моды, Уральский государственный педагогический университет) созданы даже отдельные кафедры имиджелогии.

Термин «имиджелогия» введен в широкий оборот в 90-е годы прошлого века. Под имиджмейкингом в учебном процессе понимается комплекс методов, приемов, процедур и практических рекомендаций по формированию и конструированию имиджа основных участников учебного процесса.

Что же такое имидж? Понятие «имидж» первыми активно употребили экономисты, занимающиеся проблемами предпринимательской деятельности. В 60-е годы XX века американский экономист Болдуинг ввел в деловой оборот понятие «имидж» и обосновал его полезность для делового преуспевания. Затем в 70-е годы «имидж», как специфический феномен, был взят на вооружение политологией. Политологам известны работы Н. Макиавелли «Государь» и Г. Лебона «Психология социализма», в которых дано прикладное обоснование практической ценности имиджа политика.

Уже в конце 70-х годов социальная и политическая психология на основе знания в области психологии восприятия дали проблеме имиджа теоретико-прикладное обоснование.

В 70-х годах XX века имидж стал появляться в СССР в журнальных и реже в газетных публикациях как категория отрицательная. Его рассматривали в основном как манипулятивный приём буржуазной политики и средств массовой информации. Одной из попыток преодолеть подобное отношение к имиджу стали в те годы статьи профессора О. Феофанова в журнале «Вопросы философии», где он попытался в рамках «управленческой этики» говорить об «имидже современного руководителя».

В переводе с английского имидж – это образ, изображение.

Определение имиджа увлечет нас в долгие поиски его множества семантических значений, поэтому ограничимся для себя некоторыми определениями этого феномена, имеющимися в литературе, от которых мы и будем отталкиваться, говоря об имидже именно преподавателя.

Имидж – целенаправленно формируемый образ субъекта, предмета, явления, призванный оказать эмоциональное, психологическое и т.п. воздействие с какой-либо целью (И.А. Васюков, 1998). Имидж – это образ человека, включающий в себя внешность, манеры поведения и общения, способствующие воздействию на окружающих (Т.Ф. Ефремов, 2000). Имидж – образ субъекта, создаваемый в интерсубъективном взаимодействии (Е.Б. Перелыгина, 2003). Имидж субъекта – это мнение об этом субъекте у группы людей в результате сформированного в их психике образа, возникшего вследствие прямого контакта с ним или полученной информации о нем (В.М. Шепель, 2007). Имидж – искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами коммуникационного и психологического воздействия, который создается с целью формирования определенного отношения к субъекту (К.А. Метешкин, Е.К. Валевиц, 2013).

Основываясь на приведенных выше определениях, под имиджем преподавателя мы будем понимать целенаправленно формируемый в интерсубъективном пространстве образовательного процесса образ преподавателя, который создается с целью обеспечения благоприятных условий обучения и позитивного воздействия на формирование социально-личностных и профессиональных компетенций обучающихся.

В структуре имиджа преподавателя можно выделить:

- носитель имиджа – субъект образовательного процесса, обладающий набором профессиональных и личностных качеств и свойств, создающих его образ как преподавателя;
- потребитель имиджа – имиджевая (студенческая) аудитория, на которую направлено педагогическое воздействие;
- цели имиджа – идеальные представления о тех результатах образовательного процесса и педагогического воздействия, которые желает достичь преподаватель как носитель имиджа. В то же время цели могут ранжироваться на собственно образовательные цели и личностные.
- средства имиджа – совокупность приемов и процедур для управления имиджем, то есть для создания и корректировки образа носителя в процессе педагогического взаимодействия с потребителем имиджа.

□ результат имиджа – сопряжен с целью (опредмечивание цели), которое выражается в уровне обеспечения благоприятных условий обучения и позитивного воздействия на формирование социально-личностных и профессиональных компетенций обучающихся.

В зависимости от полученного результата мы можем оценивать имидж как эффективный или неэффективный, положительный или отрицательный. Эффективный имидж преподавателя – это востребованный и конкурентоспособный образ преподавателя современного вуза.

Имидж преподавателя весьма неоднороден, многогранен и сложен по своему качественному наполнению. Помимо того, что он создается целенаправленно, он, кроме этого, формируется произвольно, неосознанно, на основе многих факторов:

Факторы формирования имиджа:

1) зависят от субъекта носителя:

- личностных качества преподавателя;
- черты характера;
- отношения к профессиональной деятельности;
- отношения к учебному процессу;
- отношения к научно-исследовательской деятельности;
- уровень репрезентации знаний в рамках преподаваемого предмета;
- коммуникативные возможности;
- вербальные и невербальные характеристики, внешний вид и др.

2) зависят от социального статуса преподавателя в обществе:

- престижность профессии преподавателя в обществе;
- уровень материального и морального стимулирования труда преподавателя;
- степень социальной защищенности;
- условия профессиональной реализации преподавателя в обществе и др.

3) зависят от потребителя имиджа, от имиджевой аудитории:

- общекультурный и уровень аудитории; □
- сфера будущих профессиональных интересов аудитории (медики, техники, гуманитарии);
- комплекс ожиданий аудитории.

На основе структуры и факторов формирования имиджа можно дать следующую типологию имиджа преподавателя:

1. По характеру взаимодействия с аудиторией: реальный – виртуальный.

В современных условиях применения одновременно как аудиторных, так и дистанционных форм обучения реальный и виртуальный имидж преподавателя часто сосуществуют и дополняют друг друга.

2. По сфере деятельности преподавателя: научно-исследовательский – педагогический.

Зачастую так получается, что научно-исследовательский имидж является необходимой предпосылкой для реализации педагогического имиджа. Научно-исследовательский имидж складывается и закрепляется за преподавателем еще

до непосредственного взаимодействия с аудиторией в учебном процессе. У научно-исследовательского имиджа есть объективные показатели:

- количество и качество научных публикаций;
 - участие в научных конференциях, семинарах и других мероприятиях;
 - наличие профессиональной послевузовской подготовки (магистратура, аспирантура, докторантура);
 - наличие ученой степени и ученого звания.
3. По средствам воздействия на имиджевую аудиторию:
невербальный имидж (в том числе внешний) – вербальный (или речевой)
4. По направленности имиджа:
- на себя – на аудиторию – на результат.
5. По результативности: эффективный – неэффективный, положительный – отрицательный.
6. По характеру проявления: чувственно-эмоциональный – эмоционально-интеллектуальный – рациональный.

Учитывая данную типологию имиджа можно выделить основные формы выражения имиджа, которые в большей степени свойственны имиджу современного преподавателя: это внешний имидж, речевой имидж, имидж поступка и интернет-имидж (который сейчас востребован не меньше, чем реальный имидж).

В современных условиях поиска и внедрения в образовательный процесс инновационных педагогических технологий и активных форм обучения важно помнить, что их эффективность во многом зависит от личности преподавателя. Сознательная и целенаправленная работа по формированию эффективного имиджа преподавателя высшей школы – это сегодня не только забота самого преподавателя, но и задача всей системы непрерывного педагогического образования.

Преграды при межличностном коммуникативном общении

Семёнова Н.Н.

УО «Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет», г. Витебск, Республика Беларусь

Введение. Несмотря на все преимущества, связанные с развитием компьютерных технологий, технического прогресса, доступностью интернета, есть и обратная сторона медали - люди перестают общаться вживую, общение постепенно переходит в виртуальную плоскость, где отсутствуют интонация, мимика, жесты, теряются навыки именно коммуникативного общения.

Профессиональная деятельность врача при оказании медицинских услуг связана с непосредственным контактом с пациентом, обусловленным необходимостью установления диагноза, проведением профилактических и реабилитационных мероприятий, проведением лечения, диспансерного наблюдения заболеваний у пациентов.